

کتاب کار



مقدمه

آیا یک پیج / سایت جدید می‌تواند ناگهان ظاهر شود و در جذب مخاطب موفق عمل کند؟ شاید خودتان از قبل یک سایت / پیج داشته‌اید و بعد از ساعت‌ها تلاشی که صرف آن کرده‌اید، به این نتیجه رسیده‌اید که این هدف تحقق نیافتنی است ...

یا شاید ایده راه اندازی یک پیج / سایت را در سر دارید، اما واقعاً نمی‌دانید که آیا فضای آنلاین به یک پیج / سایت دیگر نیاز دارد یا نه؟ منظورم این است که آیا فرقی هم می‌کند؟ این افکار باعث می‌شوند احساس کنید که از قافله عقب مانده‌اید ... و تنها "حسرت‌ها" و داستان موفقیت کسانی که به پول رسیده‌اند، برای شما باقی مانده است.

ای کاش از سه سال قبل شروع کرده بودم.

کاش همه تعطیلات آخر هفته‌ام را جلوی تلویزیون هدر نمی‌دادم ...

سال‌های جوانی خود را برای چه کارهایی تلف کردم؟ (نه، چرا فقط من ...؟)

حال که خواندن این قسمت از کتاب را شروع کرده‌اید، به این معنی است هنوز هم مقداری به موفقیت امید دارید.

اما نه، شما تجربه کافی برای اثبات ارزش خود ندارید ...

نه، شما دانش عمیقی از موضوع تخصصی خود ندارید - حداقل فعلاً ...

شما هیچ توصیه نامه‌ای ندارید که بتوانید اعتبار خود را نشان دهید.

شما مردد هستید، همانطور که من در زمان شروع تردید داشتم.

چرا وقتی هیچ تخصصی ندارید، افراد باید به شما گوش دهند؟ آیا اصلاً ارزشش را دارد که

خودتان را به زحمت بیاندازید؟

واقعیت این است ...

مردم همیشه تشنه صداها، دیدگاه‌ها و ایده‌های جدید هستند. بنابراین یک پیج / سایت شما هنوز هم می‌تواند در میان صدای مختلف موجود، دیده و شنیده شود. یک پیج / سایت شما هنوز هم می‌تواند یک دفعه ظاهر شود و در جذب مخاطب موفق عمل کند.

بیا بید با یک دید واقع بینانه به کلمه **یک دفعه** نگاه کنیم. این ممکن است یک سال یا حتی سه سال طول بکشد.

همه این‌ها به تأثیری که صدای شما در بازار ایجاد می‌کند بستگی دارد (یعنی مجموعه مکالمات و پیج / سایت موجود در یک زمان و حوزه خاص). به عبارت دیگر، این مسئله در پایه و اساس شما خلاصه می‌شود، زیرا کسب و کار شما فقط تا جایی رشد می‌کند و موفق می‌شود که پایه و اساس آن اجازه دهد.

به همین ترتیب، موفقیت نیز نسبی است.

یعنی چیزی که ممکن است از نظر من یک کسب و کار موفق باشد، چیزی نباشد که شما آن را موفقیت بدانید.

این شما هستید که موفقیت خود را تعریف می‌کنید.

به عنوان مثال، من سایت خودم را با هدف ایجاد یک درآمد جایگزین تمام وقت راه اندازی کردم. برخی می‌خواهند با سایت شان هزینه‌های خانوادگی خود را تأمین کنند. برخی دیگر می‌خواهند تیم بسازند و یک موسسه ایجاد کنند. هیچ پاسخ درست یا غلطی وجود ندارد. همان کاری را انجام دهید که برای اهداف، خانواده و زندگی شما مناسب است.

سخت است؟ بله! اما ارزش امتحان کردن را دارد!

ساختار قسمت کار کتاب به چه صورت است

این یک کتاب کار است که به شما کمک می‌کند استراتژی‌های مشخص شده در کتاب گام‌های عملی یک بلاگر را اجرا نمایید. بله، چندین نمونه و تمرین اضافی در این کتاب کار وجود دارد که در کتاب گام‌های عملی یک بلاگر ذکر نشده، اما من اکیداً توصیه می‌کنم که این کتاب کار را همگام با قسمت اول کتاب کار کنید. راه اندازی سایت / پیج یک فرآیند است.

اگر فقط قصد دارید در سایت / پیج خود تبلیغات داشته باشید، این فرآیند برای شما مناسب نیست.

اشتباه برداشت نکنید، هیچ اشکالی ندارد در سایت خود تبلیغات داشته باشید. اما کتاب *گام‌های عملی یک بلاگر* کنید بیشتر برای کارآفرینانی است که می‌خواهند یک برند شخصی پیرامون فعالیت خود بسازند - کارآفرینانی که می‌خواهند از طریق مربیگری، محصولات دیجیتال یا خدمات به مخاطبان خود خدمت کنند.

قسمت دوم کتاب در یازده زمینه مختلف ساختار بندی شده و منعکس کننده کتاب *گام‌های عملی یک بلاگر* است. من پیشنهاد می‌کنم یک تاریخ برای خواندن و درک مفاهیم و استراتژی‌های هر فصل مشخص کنید و یک تاریخ دیگر برای اجرای آن‌ها تعیین نمایید. از این نقشه راه استفاده کنید:

- حوزه پولساز خود را مشخص کنید
- خواننده ایده آل شما
- برند شما در فضای آنلاین
- نقاط تمایز خود را شناسایی کنید
- حداقل هزینه‌های ضروری کسب و کار را مشخص کنید
- وضوح محتوا
- ایمیل و شبکه‌های اجتماعی: کانال همیشگی شما
- سهم شما از اینترنت + مسائل قانونی
- حداقل برنامه رؤیت پذیری قابل قبول
- ایجاد یک مدل کسب و کار سفارشی
- طرح تولید پست در پیج/سایت شما

همچنین برای شما فضاهای خالی به نام **مکان یادداشت ایده‌ها** تعبیه شده تا بتوانید ایده‌های خود را در آن‌ها یادداشت کنید.

در ادامه وارد فصل‌های مهم‌تر می‌شوید. یک نفس عمیق بکشید! اگرچه کار زیادی به نظر می‌رسد، اما این سؤالات به شما کمک می‌کنند پارامترها و مرزهایی را تنظیم کنید که پیج/سایت شما در آن حضور دارد و در نهایت باعث شکوفایی کسب و کار می‌شود.

هرچه زودتر به این سؤالات فکر کنید، تصمیم گیری در مورد پیچ/سایت و تعیین اهداف برای شما آسان تر خواهد بود.

بی صبرانه منتظر شنیدن خبرهای خوب از شما هستم. برای من در @meerakothand توییت بزنید. همواره از شما حمایت می کنم!



استراتژی بلاگرها

اگر هنوز قسمت اول کتاب را مطالعه نکرده‌اید، پیشنهاد می‌کنم فصل 12 که در مورد طرح راه‌اندازی یا Launch Plan است را بخوانید. من به طور خاص به دو سبک مختلف برای راه‌اندازی پیج/سایت اشاره می‌کنم: طرح A و طرح B. اکنون پیش بروید و تصمیم بگیرید که می‌خواهید کدام سبک راه‌اندازی را انتخاب کنید. بر اساس طرح انتخابی، از چک لیست‌های مربوطه در صفحات بعد برای پیگیری پیشرفت خود استفاده کنید.

بسته به محدودیت‌های خانوادگی و شغلی شما، ممکن است بین ایده پیج/سایت تا راه‌اندازی آن، پنجاه تا نود روز فاصله بیافتد.

تعداد روزها تا راه‌اندازی		کدام طرح راه‌اندازی پیج/سایت را انتخاب می‌کنید؟ A یا B؟	
چرا؟		پلتفرم اصلی	ترافیک شما
چرا؟		کانال اصلی	محتوای شما

موضوع پیام	خلاصه	طرح کلی	پیش نویس	ویرایش	زمان بندی
					1
					2
					3
					4
					5
					6
					7

بخش های محتوا (حتی اگر با طرح B پیش می روید، باز هم سه بخش اول را مشخص کنید)	دسته بندی	طرح کلی	پیش نویس	ویرایش	زمان بندی
					1
					2
					3

اهداف بلاگری

نقاط عطف	تاریخ	نحوه دستیابی
500 مشترک		
1,000 مشترک		
اولین محصول / پیشنهاد		
اولین 1000 دلار		

چک لیست طرح راه اندازی

اگر با طرح راه اندازی A پیش می‌روید، از این چک لیست استفاده کنید.



تکمیل	پیاده سازی	مفهوم و استراتژی	
حوزه پولساز خود را مشخص کنید			
			از فرآیند 5 سطحی شناسایی حوزه برای مشخص کردن حوزه پولساز خود استفاده کنید
			هدف اصلی پیام / بلاگری خود را مشخص کنید
			نام دامنه/ پیج خود را انتخاب کنید
			برای بررسی در دسترس بودن دامنه در پلتفرم‌ها از Namecheck.com استفاده کنید
			نام برند و مرکز مدیریت شبکه‌های اجتماعی خود در تمام پلتفرم‌های اصلی را ثبت کنید؛

			حتی اگر هنوز قصد استفاده از پلتفرم‌های خاصی را ندارید
			خواننده ایده آل خود را شناسایی کنید
			مشخص کنید که به چه کسی می‌خواهید خدمت کنید
			کانال اصلی ترافیک خود را مشخص کنید
			کانال اصلی محتوای خود را مشخص کنید
برند شما در فضای آنلاین			
			ویژگی‌های برند خود را لیست کنید
			در مورد سایر فعالان موجود در حوزه خود تحقیق کنید و مشخص کنید که تمایز بالقوه یا USP شما چیست
هزینه‌های کسب و کار			
			یک ارائه دهنده استینگ انتخاب کنید
			یک ارائه دهنده خدمات ایمیلی انتخاب و در آن ثبت نام کنید (پیشنهاد من ConvertKit است)
			تم خود را بر اساس ویژگی‌های برند خود انتخاب کنید
			سایر ابزارهای مورد نیاز و هزینه آن‌ها را مشخص کنید
ایمیل: کانال همیشگی شما			
			یک مشوق ثبت نام ایجاد کنید
			یک توضیح برای تبلیغ مشوق ثبت نام خود، بنویسید

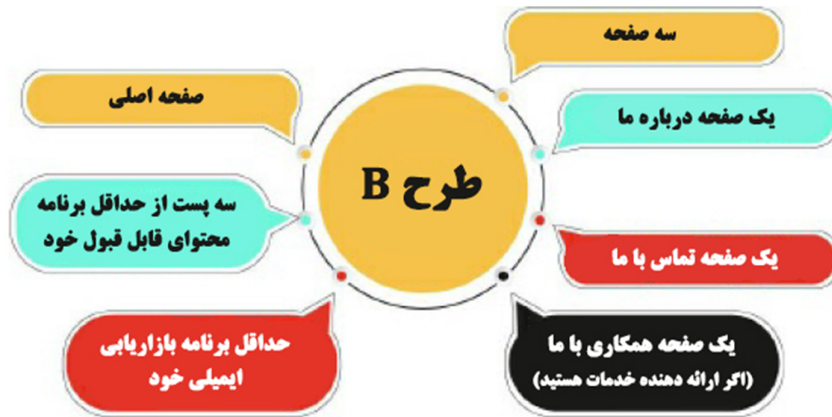
			یک ایمیل خوش آمدگویی ایجاد کنید
			یک سری ایمیل خوش آمدگویی ایجاد کنید
			صفحه تشکر خود را ایجاد کنید
			یک صفحه فرود برای مشوق ثبت نام خود ایجاد کنید
			به صفحه فرود خود به عنوان صفحه اصلی پیشرو خود لینک دهید
			شروع به تبلیغ مشوق ثبت نام خود در پلتفرم ترافیکی منتخب کنید
			مشخص کنید که از کدام روش برای رشد مخاطب + اقتدار و اجرای آن استفاده خواهید کرد
			روی حداقل برنامه رؤیت پذیری قابل قبول خود کار کنید
			در مورد مدل کسب و کار اولیه خود تصمیم بگیرید
			سه محصول وابسته برای تبلیغ انتخاب کنید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
<p>شما در این مرحله مشترکینی خواهید داشت.</p> <p>این لیست کارهایی است که باید در پشت صحنه انجام دهید.</p>			
محتوا			
			دسته‌های محتوایی خود را انتخاب کنید
			روی حداقل برنامه محتوای قابل قبول خود کار کنید
			برای پست‌های خود یک به روز رسانی محتوا ایجاد کنید

			یک پست آموزشی برای یکی از محصولات وابسته بنویسید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
سهم شما از اینترنت			
			تم خود را مطابق سایت دمو تنظیم کنید (یا کسی را استخدام کنید که این کار را برایتان انجام دهد)
			سایت خود را با فرم‌های اشتراک و پاپ آپ‌های خروج بهینه کنید
			صفحه درباره ما را با استفاده از الگوی موجود در کتاب کار بنویسید
			صفحه تماس با ما را ایجاد کنید
			پست‌ها و تصاویر خود را بارگذاری کنید
			یک صفحه منابع برای برجسته کردن ابزارهای وابسته منتخب خود ایجاد کنید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
سای / پیج شما آماده عملیاتی شدن است. تبریک می‌گوییم!			
			شروع به تبلیغ مشوق ثبت نام خود در پلتفرم ترافیکی منتخب کنید
			شروع به تبلیغ سه پست از حداقل برنامه محتوای قابل قبول خود کنید
			مشخص کنید که از کدام روش برای رشد مخاطب + اقتدار و اجرای آن استفاده خواهید کرد
			روی حداقل برنامه رؤیت پذیری قابل قبول خود کار کنید

شما در این مرحله مشترکینی خواهید داشت			
			از تعریف و تمجیدهای دریافت شده از سری ایمیل‌های خوشامدگویی یا پیشنهادات رایگان خود استفاده کنید و آن‌ها را در صفحات فرود و صفحه اصلی خود بازخورد دهید
نشانگر 3-6 ماهه			
			بر روی چک لیست پست پیچ/سایت خود کار کنید
			انتشار اولین سیم تله / محصول کوچک دیجیتال خود را در نظر بگیرید [اگر محصولات دیجیتالی بخشی از مدل کسب و کار شما هستند]

چک لیست طرح راه اندازی سایت/ پیج

اگر با طرح راه اندازی B پیش می‌روید، از این چک لیست استفاده کنید.



تکمیل	پیاده سازی	مفهوم و استراتژی	
حوزه پولساز خود را مشخص کنید			
			از فرآیند 5 سطحی شناسایی حوزه برای مشخص کردن حوزه پولساز خود استفاده کنید
			هدف اصلی پیام / بلاگ خود را مشخص کنید
			نام دامنه خود را انتخاب کنید
			برای بررسی در دسترس بودن دامنه در پلتفرم‌ها از Namecheck استفاده کنید
			نام برند و مرکز مدیریت شبکه‌های اجتماعی خود

			در تمام پلتفرم‌های اصلی را ایمن کنید؛ حتی اگر هنوز قصد استفاده از پلتفرم‌های خاصی را ندارید
			خواننده ایده آل خود را شناسایی کنید
			مشخص کنید که به چه کسی می‌خواهید خدمت کنید
			کانال اصلی ترافیک خود را مشخص کنید
			کانال اصلی محتوای خود را مشخص کنید
برند شما در فضای آنلاین			
			ویژگی‌های برند خود را لیست کنید
			در مورد سایر فعالان موجود در حوزه خود تحقیق کنید و مشخص کنید که تمایز بالقوه یا USP شما چیست
هزینه‌های کسب و کار			
			یک ارائه دهنده استینگ انتخاب کنید
			یک ارائه دهنده خدمات ایمیلی انتخاب و در آن ثبت نام کنید (پیشنهاد من ConvertKit است)
			تم خود را بر اساس ویژگی‌های برند خود انتخاب کنید

			سایر ابزارهای مورد نیاز و هزینه آن‌ها را مشخص کنید
ایمیل: کانال همیشگی شما			
			مشوق ثبت نام ایجاد کنید
			توضیحی برای تبلیغ مشوق ثبت نام خود، بنویسید
			ایمیل خوش آمدگویی ایجاد کنید
			ایمیل‌های خوش آمدگویی ایجاد کنید
			صفحه تشکر خود را ایجاد کنید
			صفحه فرود برای مشوق ثبت نام خود ایجاد کنید
			به صفحه فرود خود به عنوان صفحه اصلی پیشرو خود لینک دهید
			در مورد مدل کسب و کار اولیه خود تصمیم بگیرید
			سه محصول وابسته برای تبلیغ انتخاب کنید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
این لیست کارهایی است که باید در پشت صحنه انجام دهید. سایت/ پیج شما هنوز در حالت پیش از راه اندازی است.			
محتوا			
			دسته‌های محتوایی خود را انتخاب کنید
			روی حداقل برنامه محتوای قابل قبول خود کار کنید

			برای پست‌های خود یک به روز رسانی محتوا ایجاد کنید
			یک پست آموزشی برای یکی از محصولات وابسته بنویسید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
سهام شما از اینترنت			
			تم خود را مطابق سایت دمو تنظیم کنید (یا کسی را استخدام کنید که این کار را برایتان انجام دهد)
			سایت خود را با فرم‌های اشتراک و پاپ آپ‌های خروج بهینه کنید
			صفحه درباره ما را با استفاده از الگوی موجود در کتاب کار بنویسید
			صفحه تماس با ما را ایجاد کنید
			پست‌ها و تصاویر خود را بارگذاری کنید
			یک صفحه منابع برای برجسته کردن ابزارهای وابسته منتخب خود ایجاد کنید [اگر بازاریابی وابسته بخشی از مدل کسب و کار شماست]
سایت / پیج شما آماده عملیاتی شدن است. تبریک می‌گوییم!			
			شروع به تبلیغ مشوق ثبت نام خود در پلتفرم ترافیکی منتخب کنید

			شروع به تبلیغ سه پست از حداقل برنامه محتوای قابل قبول خود کنید
			مشخص کنید که از کدام روش برای رشد مخاطب + اقتدار و اجرای آن استفاده خواهید کرد
			روی حداقل برنامه رؤیت پذیری قابل قبول خود کار کنید
شما در این مرحله مشترکینی خواهید داشت			
			از تعریف و تمجیدهای دریافت شده از سری ایمیل‌های خوشامدگویی یا پیشنهادات رایگان خود استفاده کنید و آن‌ها را در صفحات فرود و صفحه اصلی خود بازخورد دهید
			تقویم محتوای خود را برای یک ماه تنظیم کنید
نشانگر 3-6 ماهه			
			روی چک لیست پست پیج/سایت کار کنید
			انتشار اولین سیم تله / محصول کوچک دیجیتال خود را در نظر بگیرید [اگر محصولات دیجیتالی بخشی از مدل کسب و کار شما هستند]



حوزه پولساز خود را مشخص کنید

فرآیند 5 سطحی شناسایی حوزه

- شما در ابتدای کتاب متوجه شدید که یک حوزه بلاگری سودآور، حوزه‌ای است که موارد زیر را دربرمی‌گیرد:
1. نقاط درد مخاطب هدف شما را برطرف می‌کند.
 2. در زمینه‌ای است که اشتیاق، نقاط قوت و علایق شما در آن نهفته است.
 3. دارای پتانسیل درآمد مکرر است.
 4. افراد دیگری نیز در بازار هستند که به مخاطبان مشابهی خدمت رسانی می‌کنند و به طور مؤثر از سایت/ پیج خود کسب درآمد می‌کنند.



بیشتر مشتریان و دانشجویانی که با آن‌ها کار کرده‌ام، هنگام شناسایی حوزه، به دو گروه تقسیم‌بندی شده‌اند. گروه اول، گروهی است که ایده‌های زیادی دارند. تصویر فوق برای آن‌ها، می‌تواند شامل جزئیات بیشتری شود. گروه دوم، قادرند بسیار سریع روی نقطه مطلوب تمرکز کنند. جزو هر گروهی که هستید، از شما می‌خواهم مراحل زیر را دنبال کنید. زیرا ممکن است متوجه نکته طلایی شوید که کاملاً از آن بی‌اطلاع بوده‌اید.

قول می‌دهم که یک فرآیند ساده است.

ما این کار را در پنج سطح انجام خواهیم داد:

سطح 1: شما - مبحث گسترده موضوعات حوزه

سطح 2: بازار - کاوش اکوسیستم

سطح 3: فعالان خاص - کاوش اکوسیستم

سطح 4: اعتبار سنجی نهایی - امتیازدهی حوزه خود

سطح 5: اصلاح حوزه خود



شما

مبحث گسترده موضوعات حوزه

برای پیگیری این موارد از چند صفحه بعدی استفاده کنید.

همه مواردی را لیست کنید که

● کمی در مورد آن‌ها اطلاع دارید

● در مورد آن‌ها تجربه دارید (تجربه‌هایی از شغل روزانه، همکاری، کار در جامعه، کالج و غیره).

● شما را به آموزش یا کمک به افراد در آن زمینه‌ها به هیجان می‌آورد

حتی اگر فکر می‌کنید متخصص نیستید، یا در هیچ کاری مهارت ندارید، یا نمی‌دانید

مخاطبان شما چه می‌خواهند، هنگام انجام این تمرین ذهن باز داشته باشید.

شما قرار است این کار را بدون هیچگونه فیلتر یا قضاوتی انجام دهید.

شما در این مرحله در مورد خوب یا بد بودن حوزه تصمیم‌گیری نمی‌کنید.

بعداً به آن مرحله خواهیم رسید. اما نه الآن.

شما فعلاً به جزئیات کار ندارید. به موضوعات سطح بالاتر فکر کنید و به خود هیچ فشاری را

برای پر کردن همه موارد خالی نیاورید.